



## РЕШЕНИЕ

**№ 38 на ЕК от 3.02.2011 (Жалба относно телевизионна реклама на „ГлаксоСмитКлайн” ЕООД за Twinrix Adult)**

*София, 03.02. 2011 година*

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на 3 февруари две хиляди и единадесета година в състав:

**Председател:** Гриша Камбуров

**Членове:** Василиса Младенова  
Емилия Клайн  
Виолета Манолова  
Румяна Карлова  
Жанет Захариева  
Мелания Рашева  
Маргарита Чутуркова  
Христо Монов  
Павел Иванов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по жалба № 110 от 18.01.2011 г.

### **Жалба**

На 18.1.2011 г. в НСС постъпва жалба от Д.Ш. от гр.София, регистрирана под № 110, относно телевизионна реклама на „ГлаксоСмитКлайн” ЕООД за Twinrix Adult. В жалбата се казва, че според хора, болни от хепатит, тази реклама е обидна, представя ги като различни от "нормалните", отделя ги от тях дори визуално - те са "жълти". Буди негативно отношение към носителите на болестта, допускайки, че те може нарочно да заразяват другите и като цяло ги дискриминира.

Жалбоподателят не е представил доказателства и се е позовал на следните текстове от Етичния кодекс:

Чл. 4.1. Търговската комуникация трябва да уважава всички аспекти на човешкото достойнство.

Чл. 4.2. Търговската комуникация и не трябва да съдържа, подбужда или толерира никаква форма на обида или дискриминация, включително такава на базата на раса,

национална принадлежност, религия, социална или политическа принадлежност, пол, възраст, увреждания или сексуална ориентация, без изброяването да е изчерпателно.

## **Процедура**

Жалбата, подадена от Д.Ш., относно телевизионна реклама на „ГлаксоСмитКлайн“ ЕООД за Twinrix Adult е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 18.1.2011 г. е открита процедура, регистрирана под № 67. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „ГлаксоСмитКлайн“ ЕООД, което постъпва в НСС на 24 януари 2011 г.

## **Становище на ответната страна**

В становището се казва, че в изпълнение на чл.245а от Закона за лекарствените продукти в хуманната медицина ГлаксоСмитКлайн разполага с разрешение № А 207/23.7.2009 г., издадено от Изпълнителната агенция по лекарствата за реклама на лекарствен продукт Туинрикс Адулт. С цитираното разрешение ИАЛ одобрява рекламния материал и разрешава неговото разпространение. Съгласно чл.251, ал.3 и ал.4 от ЗЛПХМ рекламните материали подлежат на проверка от Експертен съвет на ИАЛ, чиито състав, освен лекари, включва и специалисти с практически опит в рекламата. Следователно при изготвянето на експертизата по рекламния материал компетентният орган би установил наличието на дискриминационно отношение към лицата, страдащи от хепатит и не би допуснал разпространението на рекламния материал. В този смисъл твърденията на жалбоподателя са напълно неоснователни. Рекламният материал е част от кампанията на дружеството за превенция срещу хепатита. Кампанията и в частност рекламният материал не са насочени срещу болните от хепатит, а имат за цел да привлекат общественото внимание върху сериозността на заболяването и ефикасните методи за неговата превенция. Изразните средства са подбрани така, че не само да рекламират лекарствения продукт, но и да покаже необходимостта от навременни мерки за превенция.

Жълтият цвят в клипа няма за цел да ограничи болните, а по-скоро да представи нагледно бързия и лесен начин на разпространение на болестта. Фактът, че хепатитът остава неразпознат от героите в рекламата внушава, че всеки е изложен на риск от заразяване, което прави неоснователно предположението, че рекламата подбужда или толерира форма на обида или дискриминация към определена група хора. Бързият и лесен начин на разпространение на болестта е обективен факт, който рекламният клип отразява достоверно в съгласие с изискването на чл.5.1 от Етичния кодекс, че търговската комуникация трябва да бъде правдива. Съгласно Закона за защита от дискриминация и постановената съдебна практика дискриминацията е неблагоприятно третиране на лице/група лица или поставянето им в по-неблагоприятно положение, което се основава на някои от признаците, посочени в чл.4, ал.1 от ЗЗД. С излъчваната реклама не се извършва нито едно от двете действия, за да е налице дискриминация. Отразяването на обективен факт с огромно обществено значение не представлява дискриминационно отношение, а е начин за насочване на вниманието на хората към възможността да се предпазят от заболяването като се ваксинират.

Рекламният материал е одобрен и от Националното сдружение за борба с хепатита „Хепасист“, неправителствена пациентска организация, създадена да подпомага засегнатите от хепатит лица и да защитава интересите им в обществото. „Хепасист“ не би подкрепило излъчването на рекламен клип с дискриминационно отношение към болните. Дружеството счита, че в конкретния случай е приложим Чл.4.10 от Етичния кодекс, според който „Фактът, че

дадена търговска комуникация може да е неприемлива за отделни хора, по принцип не е достатъчна причина за отказ от търговска комуникация за дадения продукт”.

ГлаксоСмитКлайн е търговско дружество с добра репутация и традиции в производството, търговията и рекламата на лекарствени продукти. Подобно дискриминационно отношение към болни от хепатит лица би било не само недопустимо, но и в пълно противоречие на цялостната политика на дружеството, насочена към спазването на всички законови и етични норми и съблюдаването на установените добри практики в областта на хуманната медицина

## **Решение**

Етичната комисия намира жалбата, подадена от Д.Ш., относно телевизионна реклама на „ГлаксоСмитКлайн” ЕООД за Twinrix Adult за неоснователна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

## **Мотиви**

Етичната комисия счита, че няма нарушение на чл.4.1., чл.4.2., както и на други текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Рекламата на лекарствени продукти подлежи на строга регламентация в Република България - Глава единадесета „Реклама на лекарствени продукти” от Закона за лекарствените продукти в хуманната медицина и дял IX на Директива 2001/83/ЕО. Съгласно чл.249 от същия закон специална наредба определя изискванията към рекламата на лекарствени продукти. Процесната търговска комуникация е съобразена и е в съответствие със законовите изисквания.

Целта на една реклама е да повлияе на поведението на потребителя и е насочена към хората на емоционално равнище. Потребителите не винаги имат достатъчно познания да дешифрират посланието, което носи самата реклама, затова особено изискване е проектите на рекламни материали да са ясни, с разбираем текст и да дават възможност за оценяване на всички елементи – текст и илюстрации. В случая тези елементи са налице. Twinrix Adult е ваксина за предпазване от заболяване на хепатит А и хепатит В. Жълтият цвят напомня на потребителя за един от симптомите на заболяването, което често остава неразпознаваемо. Затова акцентът върху жълтия цвят по-скоро предупреждава за риска от заболяване, отколкото да дискриминира заболелите. Рекламата не е непристойна и не толерира формите на обида и дискриминация, а ясно посочва, че ваксинацията е най-добрият начин за предпазване от болестта. Рекламният материал, както се посочва в становището на „ГлаксоСмитКлайн” ЕООД, е одобрен и от Националното сдружение за борба с хепатита „Хепасист”, неправителствена пациентска организация, която подпомага засегнатите от хепатит лица и защитава интересите им в обществото и не би подкрепила излъчването на рекламен клип с дискриминационно отношение към болните. Фактът, че търговската комуникация е неприемлива за отделни лица не е основание, тя да се счита, че е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Съгласно чл.17.4. от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България решението с мотивите следва да се изпрати на заинтересованите страни.

Решението да се изпрати за сведение на Комисията по мониторинг.

Решението подлежи на обжалване при реда и условията на чл.18.1 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България..

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ:

(п) Гриша Камбуров

**ПРИЛОЖЕНИЕ:**

<http://youtu.be/SPgQ2cIHJO8>